**MINISTRE DE LA COMMMUNAUTE FRANCAISE**

ADMINISTRATION GENERALE DE L’ENSEIGNEMENT

**ENSEIGNEMENT DE PROMOTION SOCIALE**

**DOSSIER PEDAGOGIQUE**

**UNITE D'ENSEIGNEMENT**

**TECHNIQUES COMMERCIALES**

**ENSEIGNEMENT secondaire SUPERIEUR de transition**

|  |
| --- |
| **CODE : 71 42 44 U21 D1** |
| **CODE DU DOMAINE DE FORMATION : 704** |
| **DOCUMENT DE REFERENCE INTER-RESEAUX** |

**Approbation du Gouvernement de la Communauté française du 21 juin 2018,**

**sur avis conforme du Conseil général**

|  |
| --- |
| **TECHNIQUES COMMERCIALES**  ENSEIGNEMENT SECONDAIRE SUPERIEUR DE TRANSITION |

# FINALITES DE L’UNITE D’ENSEIGNEMENT

* 1. **Finalités générales**

Conformément à l’article 7 du décret de la Communauté française du 16 avril 1991, cette unité d’enseignement doit :

* concourir à l’épanouissement individuel en promouvant une meilleure insertion professionnelle, sociale, culturelle et scolaire ;
* répondre aux besoins et demandes en formation émanant des entreprises, des administrations, de l’enseignement et d’une manière générale des milieux socio-économiques et culturels.
  1. **Finalités particulières**

Cette unité d’enseignement vise à permettre à l’étudiant :

* d’élaborer une vente promotionnelle ;
* de tenir un dialogue de vente ;
* d’élaborer des documents commerciaux et de gestion administrative ;
* de proposer une action commerciale ponctuelle.

# CAPACITES PREALABLES REQUISES

## Capacités

*En Bases en techniques commerciales :*

* rechercher tous renseignements pertinents sur le(s) produit(s) ou service(s) faisant l'objet de la vente ;
* réaliser les différentes étapes de cette vente ;
* décrire la procédure de stockage ;
* expliciter la réception de marchandises, le réassortiment des rayons, la présentation d'un produit qui fait l'objet d'une offre promotionnelle ;
* identifier les mesures de sécurité et d’hygiène en vigueur ainsi que les mesures de protection contre le vol.

*En Bureautique :*

* rechercher et récupérer des informations sur Internet en utilisant des critères adaptés ;
* éditer et de mettre en forme un document en y ajoutant des éléments externes (texte, image, tableau) ;
* traiter des données et en présenter les résultats ;
* créer une présentation homogène de trois diapositives ;
* enregistrer et imprimer un document en tout ou en partie.

## Titre(s) pouvant en tenir lieu

Attestation de réussite de l'unité d’enseignement « Bases en techniques commerciales»   
- code 714243U21D1

ou

Certificat de « vendeur en magasin » spécifique à l’enseignement secondaire supérieur de promotion sociale.

**ET**

Attestation de réussite de l'unité d’enseignement « Bureautique» - code 754123U21D1

# ACQUIS D’APPRENTISSAGE

**Pour atteindre le seuil de réussite, l’étudiant sera capable :**

*à partir d’une situation issue de la vie professionnelle,*

*dans le respect de l’éthique commerciale,*

*dans le respect des consignes données,*

*sur base de la documentation fournie par le chargé de cours,*

* d’élaborer une vente promotionnelle du (des) produit(s) choisi(s) ;
* de tenir un dialogue de vente ;
* d’élaborer des documents commerciaux et de gestion administrative ;
* de proposer une action commerciale ponctuelle en fonction de l’analyse du marché.

**Pour la détermination du** **degré de maîtrise**, il sera tenu compte des critères suivants :

* le niveau de cohérence : la capacité à établir une majorité de liens logiques pour former un ensemble organisé,
* le niveau de précision : la clarté, la concision, la rigueur au niveau de la terminologie, des concepts et des techniques/principes/modèles,
* le niveau d’intégration : la capacité à s’approprier des notions, concepts, techniques et démarches,
* le niveau d’autonomie : la capacité de faire preuve d’initiative démontrant une réflexion personnelle basée sur une exploitation des ressources et des idées en interdépendance avec son environnement.

# PROGRAMME

L'étudiant sera capable de:

## En techniques de vente :

*A partir de situations issues de la vie professionnelle,*

*en utilisant une documentation ad hoc,*

* de déterminer différents profils de clientèle ;
* d’adopter des comportements créant un climat commercial favorable : tenue vestimentaire, soin, niveau de langage, élocution, attitudes non verbales, formules de salutation ;
* d’identifier les différents besoins des consommateurs et les hiérarchiser en distinguant besoins conscients et inconscients, mobiles et motivations d'achat ;
* de mettre en œuvre des techniques de communication incitative, de questionnement et de reformulation de réponses, en vue de déterminer le(s) besoin(s) d'un client ;
* de tenir un dialogue de vente ;
* de formuler une hypothèse quant aux motivations d'achat du client, quant à ses priorités et exigences, quant à ses préférences pour une gamme de produits et de prix ;
* d'identifier la segmentation de la clientèle et les incidences sur les comportements d'achat ;
* d'utiliser des références courantes (répertoires, catalogues, listings, tarifs …) ;
* d'identifier et de caractériser, par familles, les produits distribués dans la surface de vente ;
* d’identifier des éléments de base de l’action commerciale dans l’optique « produit » :
  + - cycle de vie,
    - place dans la gamme,
    - conditionnement,
    - garantie,
    - service après-vente,
    - différents types de vente,
    - rapport qualité/prix,
    - fidélisation ... ;
* d’utiliser ces éléments dans une stratégie et une argumentation de vente ;
* d'identifier les principes et contextes d'application de la vente à distance ;

## En activités technico-commerciales :

*A partir de situations issues de la vie professionnelle,*

*en utilisant un logiciel de gestion des stocks et de facturation approprié,*

*des outils de communication avancés,*

* de différencier les documents commerciaux courants ;
* de compléter ces documents à partir de consignes données ;
* de calculer un prix de vente en tenant compte des taxes, réductions commerciales, escomptes, consignation d'emballages, reprise éventuelle … ;
* de définir et caractériser les transactions liées aux opérations de caisse : paiements (comptant, cartes de débit, cartes de crédit, bons de réduction, remboursement de consignes ...), prélèvements … ;
* de réaliser des opérations depuis la demande de prix jusqu’à la facturation en utilisant, s’il échet, un logiciel ad hoc ;
* de consulter et de mettre à jour des fichiers, informatisés ou non, de clients, marchandises et fournisseurs ;
* de déterminer l'utilité d'un inventaire ;
* de définir et de caractériser différentes formes d'inventaires : permanent, périodique, physique (de fin d'année comptable), par dénombrement sporadique (spot check) ;
* d’identifier les techniques de gestion et de valorisation des stocks (prix moyen, Fifo, Lifo …) ;
* de traiter les entrées, les sorties et retours de marchandises ;
* de compléter les documents requis en cas de retour ou d'échange de marchandises ;
* de compléter des documents administratifs, tels que contrat de service après-vente, document de garantie ... ;

## En actions commerciales :

*Au départ d'une situation issue de la vie professionnelle,*

*dans le respect d’une stratégie de promotion de ventes,*

*en vue de développer une action commerciale,*

*dans le respect de l’éthique commerciale,*

*dans le respect des consignes données,*

* de reformuler l’objectif de l’action à mettre en place ;
* d’identifier les éléments concourant à la mise en place de la stratégie de promotion de ventes notamment en analysant :
  + - la situation commerciale de départ,
    - les moyens à disposition,
    - le public-cible et son comportement d’achat,
    - la position du produit dans son cycle de vie ;
* d’identifier le style et les principes de conception d’un message publicitaire ;
* d’identifier différents supports à la communication ;
* de proposer des actions ponctuelles liées à l’objectif ;
* de proposer la communication de son action (contenu, moyens …) ;
* d’estimer les coûts de l’action ;
* de s’assurer de la cohérence de l’action ;
* d’élaborer une présentation argumentaire de l’action ;
* de porter un regard réflexif sur son action.

# CONSTITUTION DES GROUPES OU REGROUPEMENT

Aucune recommandation particulière.

# CHARGE DE COURS

Un enseignant ou un expert.

L’expert devra justifier de compétences particulières issues d’une expérience professionnelle actualisée en relation avec la charge de cours qui est attribuée.

# HORAIRE MINIMUM DE L’UNITE D’ENSEIGNEMENT

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **7.1. Dénomination des cours** | **Classement des cours** | Code U | **Nombre de périodes** |
| Techniques de vente | CT | S | 100 |
| Activités technico-commerciales | CT | S | 60 |
| Actions commerciales | CT | S | 64 |
|  |  |  |  |
| **7.2. Part d’autonomie** | | P | 56 |
| Total des périodes | |  | **280** |